NMPP
Actualités Réseau n°4
L'ACTUALITÉ DU RÉSEAU PRESSE - JUIN 2006

ÉDITO

Nous sommes très heureux de vous annoncer que le second plan transitoire de qualification du réseau des diffuseurs de presse est applicable depuis le 2 mai 2006. En effet, Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a rendu un avis de conformité sur ce plan que les NMPP ont proposé. Il s'agit de mesures provisoires en attendant la résolution des problèmes qui empêchent l'application du plan prévu en juin 2005.

Tous les diffuseurs de presse qui répondent aux critères prévus vont donc pouvoir bénéficier d'un complément de rémunération qui leur sera versé tous les semestres comme pour le plan de qualification 1.

Dès aujourd'hui, votre dépositaire, votre représentant UNDP ou votre délégué commercial NMPP sont à votre disposition pour répondre à vos questions.

Comme nous l'avons fait dans les deux derniers numéros de NMPP Actualités Réseau et dans celui-ci, nous continuerons de vous tenir informés de l'évolution de ce dossier et nous espérons que tous les obstacles, indépendants de notre volonté, seront bientôt levés.

Christian Carisey
Directeur du réseau

À la une

Se former, c'est gagner sur tous les plans !

Un tour d'horizon complet sur tout ce que la formation peut vous apporter, un entretien avec Richard Bourdin, directeur du CEFODIP et les témoignages de diffuseurs qui ont participé à des stages.

-> page 2

Et enfin...

VOTRE RÉMUNÉRATION

EN EXCLUSIVITÉ !

C'est fait !

Le PLAN TRANSITOIRE DE QUALIFICATION est enfin mis en œuvre, depuis le 2 mai 2006.

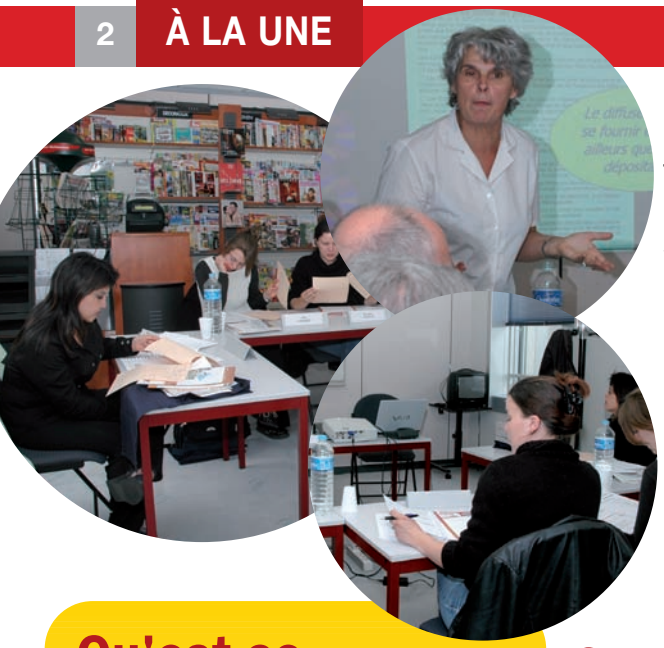
Un encart, dans ce numéro, pour tout savoir sur votre rémunération complémentaire.

NE MANQUEZ PAS DE CONSULTER AUSSI LE SITE INTERNET :

http://www.nmpp.fr

cefodip

Se former, c'est gagner sur tous les plans !



La formation est essentielle, quel que soit le métier que l'on exerce. Les acteurs de la filière presse l'ont bien compris en créant le CEFODIP dès 1987. Tour d'horizon sur son fonctionnement et sur tout ce qu'il peut apporter aux diffuseurs.

Qu'est-ce que le CEFODIP ?

Le Centre de formation aux métiers de la diffusion de la presse (CEFODIP) est une association loi de 1901, créée en 1987 par les différents acteurs de la filière presse : éditeurs, dépositaires (SNDP), diffuseurs (UNDP), sociétés de messagerie, presse quotidienne régionale. Ils ont tous leurs représentants dans les instances dirigeantes. Ils se relaient tous les 2 ans pour assurer la présidence. Le directeur est nommé par les NMPP.

La mission du CEFODIP est de contribuer au professionnalisme du réseau par des stages adaptés aux besoins de tous des acteurs de la commercialisation des produits presse. Le CEFODIP a obtenu la qualification OPQF, marque du professionnalisme de ses prestations, délivrée par l'Office professionnel de qualification des organismes de formation.

Six sites : Paris, Lyon-Bron, Marseille-Vitrolles, Rennes, Toulouse, Strasbourg-Geispolsheim.

Effectif : une trentaine de personnes dont les 2/3 sont des formateurs (y compris les formateurs indépendants)

Quelques questions à Richard Bourdin, directeur du CEFODIP

La formation joue-t-elle un rôle important dans le commerce d'aujourd'hui, en particulier dans la presse ?

Le commerce moderne s'est largement constitué autour des franchises qui proposent une structure et un encadrement solide dans lesquels la formation s'est imposée de manière importante. La presse allie l'indépendance et la structure. Le CEFODIP en est un exemple : les diffuseurs sont indépendants mais ils peuvent profiter des avantages de notre centre de formation pour s'initier, entretenir leur compétences, améliorer leurs performances, apprendre les nouvelles techniques, partager les bonnes pratiques et rester ainsi à la pointe du progrès. C'est indispensable dans le métier de diffuseur. On ne vend plus la presse comme avant : il faut savoir accueillir, aller vers le client, le conseiller, lui proposer des services. Il faut oser vendre et cela s'apprend.

Comment sont déterminés les thèmes et le contenu des stages ?

Tous les stages sont très pratiques. Nous avons décrit le métier au travers d'un référentiel qui liste les compétences nécessaires et les activités du métier de diffuseur. C'est un métier de commerçant (relationnel, vente, merchandising...), c'est aussi un métier de gestionnaire et de technicien avec des méthodes et techniques propres à la gestion de la presse.

Les thèmes des formations en découlent directement. Pour le contenu, nous observons les pratiques du terrain, certains stages sont même construits à l'aide de questionnaires remplis par des diffuseurs indiquant leurs méthodes les plus efficaces. Le CEFODIP, est un observatoire des pratiques du terrain, toutes les bonnes idées, toutes les bonnes pratiques sont mises en commun pour que chacun puisse en bénéficier. Cela nous conduit à adapter régulièrement les stages qui sont d'ailleurs élaborés et validés avec les intervenants diffuseurs. Le CEFODIP, c'est vraiment un lieu d'échanges où l'on bénéficie des techniques les plus évoluées et de la transmission d'expérience des meilleurs professionnels.

A qui faites-vous appel pour animer les stages ?

Nous confions l'animation des stages à une vingtaine de formateurs qui sont des professionnels de la formation et du réseau. La plupart d'entre eux sont issus des différents métiers de la profession dont un certain nombre d'anciens diffuseurs. C'est fondamental pour que nos stages restent concrets et pragmatiques. Les animateurs connais-sent la pédagogie et les techniques de formation tout autant que le métier de diffuseur.

A quelle fréquence recommanderiez-vous aux diffuseurs de se former ?

Le plus souvent possible ! C'est indispensable pour rester à un bon niveau de

professionnalisme, pour partager ses expériences et celles des autres. Il est de toute façon obligatoire de se former pour accéder au métier et se qualifier (Q1). Pour passer en Q2, il faut suivre un stage de perfectionnement au moins une fois tous les 3 ans. Nous proposons, avec les dépôts et/ou l'UNDP, des formations courtes d'une journée, proches des points de vente pour tenir compte des impératifs de temps des diffuseurs. Et ceux qui souhaitent suivre un stage qui n'est pas proposé par leur dépôt peuvent toujours contacter le CEFODIP de leur région.

Cela revient-il cher de se former ?

Non, comparés à d'autres centres de formation, les stages du CEFODIP sont à un prix très raisonnable : en moyenne 310 € pour une journée et il est possible de se faire rembourser par un organisme qui varie selon le statut du stagiaire*.

* Voir le tableau des modalités de prise en charge de la formation

Les modalités de prise en charge de la formation

Statut du stagiaire	Avant le stage	Après le stage
Dirigeants non salariés et conjoints collaborateurs inscrits sur l'extrait KBis	Contacter l'AGEFICE pour obtenir une entente préalable (au moins 1 mois avant le stage)	Remboursement possible en fonction des plafonds AGEFICE. Demander le remboursement dans les 3 mois maximum suivant le stage
Dirigeants salariés et salariés d'entreprises de moins de 10 salariés	Si vous cotisez à l'AGEFOS PME Ile de France (agence 94) : accord Groupe Presse, pas de formalités préalable	Envoyer le dossier dans les 2 mois maximum suivant le stage : remboursement à 100 % dans la limite de 1 220 € HT par an et par entreprise
	Autres organismes : demande de prise en charge à faire avant le stage	Voir les modalités de remboursement avec l'organisme

J'ai beaucoup apprécié les conseils de mise en avant et de décoration. Depuis, j'ai eu plusieurs remarques de mes clients pour l'esthétique et la clarté de ma vitrine que je charge beaucoup moins qu'avant. Je vends aussi mieux des produits mal mis en valeur auparavant

Benoit Elles, diffuseur à Strasbourg (Bas Rhin)
Stage « La vitrine, un espace de vente », 7 mars 2006, organisé par le dépôt de Strasbourg

Je n'ai pas perdu mon temps. Notre métier évolue et il est indispensable de se former pour garder un bon niveau de professionnalisme. Le stage était très concret et répondait complètement aux spécificités techniques de notre métier.

Colette Gaubert, diffuseur à Toulouse (Haute Garonne)
Stage « Améliorer la rentabilité d'un magasin de presse », 11 avril 2006, organisé par le dépôt de Toulouse

Je n'avais jamais suivi de formation. Je pensais que ce serait scolaire, cela n'a pas été le cas. Ce stage a été très positif sur tous les plans : contact avec les autres, comportement, techniques pour présenter.

Isabelle Lanet, diffuseur à Pézenas (Hérault)
Stage « 10 règles pour vendre la presse », 20 avril 2006, organisé par le dépôt de Béziers

Je ne regrette pas d'avoir participé à ce stage. Il y a toujours quelque chose à apprendre. Cela permet d'éviter des erreurs, de prendre du recul par rapport à ses habitudes, de rencontrer d'autres diffuseurs et de profiter des expériences de tous

René Samséou, diffuseur à Quéven (Morbihan) Stage « Les techniques de vente en magasin », 11 avril 2006, organisé par le dépôt de Lorient

Formation, mode d'emploi

1. Votre dépositaire ou le responsable UNDP sélectionnent, avec le CEFODIP, les stages les plus appropriés.
2. Votre dépositaire vous en informe et vous propose de vous inscrire.
3. Vous retournez votre bulletin d'inscription et votre règlement au CEFODIP.
4. Vous faites une demande de prise en charge auprès de l'organisme qui perçoit vos cotisations formation*
5. Vous participez au stage
6. Vous adresser votre dossier de demande de remboursement à votre organisme.

Le catalogue Formation 2006, le site internet CEFODIP

Chaque année, le CEFODIP publie un nouveau catalogue. Contactez votre dépositaire si vous souhaitez le consulter ou votre délégation départementale UNDP. Encore mieux, toutes les informations contenues dans le catalogue sont aussi disponibles sur le site internet et actualisées en permanence avec les dates et les lieux des stages : http://www.cefodip.fr

A qui s'adresser au CEFODIP ?

- Paris - Sylvie Ollivier : 01 49 28 67 23
- Lyon-Bron - Christiane Mouilleron : 04 78 26 24 24
- Marseille-Vitrolles - Christiane Lagier : 04 42 79 68 31
- Rennes - Isabelle Leprand : 02 99 30 30 44
- Strasbourg Geispolheim - Sylvie Ollivier : 01 49 28 67 23
- Toulouse - Anne Mayer : 05 61 13 48 21

Un diffuseur qui fait grimper les courbes !

Jean-François Dormoy, diffuseur à Jougne, dans le Doubs enregistre d'excellentes performances. En cinq ans d'activité, ses résultats ont presque triplé. Il nous livre les secrets de sa réussite.

Jusqu'en 2000, Jean-François Dormoy était salarié dans une entreprise. Il était tenté par une activité qui lui donnerait plus d'indépendance. Quand l'opportunité s'est présentée de reprendre le point de vente de Jougne, il n'a pas hésité et il s'est lancé dans le métier en 2001. *« Je ne le regrette pas »*, déclare-t-il, *« J'ai trouvé l'épanouissement que je cherchais et les chiffres sont là... »*. Certes, son magasin est bien situé, proche de la frontière suisse, sur un axe routier fréquenté, à proximité de Métabief, la station de ski, et sa clientèle, majoritairement helvétique, est très intéressée par ses produits. Il n'empêche qu'il a réussi à développer l'activité de façon telle que ses résultats montrent une évolution de... 180 % !

Un point de vente moderne et fonctionnel

Pour lui, il n'y a pas de secrets mais beaucoup de travail et des choix bien réfléchis. Son point de vente est ouvert du lundi au samedi, de 7 h 30 à 19 h 30 ainsi que le dimanche matin. Il a très vite joué la carte de la modernisation en rénovant son magasin en 2003 et une nouvelle fois en 2005. Ces travaux lui ont permis de multiplier par trois sa surface de vente avec un linéaire (développé + piles) de près de 173 m qui héberge 2 000 titres. *« C'est un investissement, mais il n'y a aucun doute que la clientèle est plus attirée par un point de vente moderne et fonctionnel »*, souligne-t-il.

Rendre service à ses clients

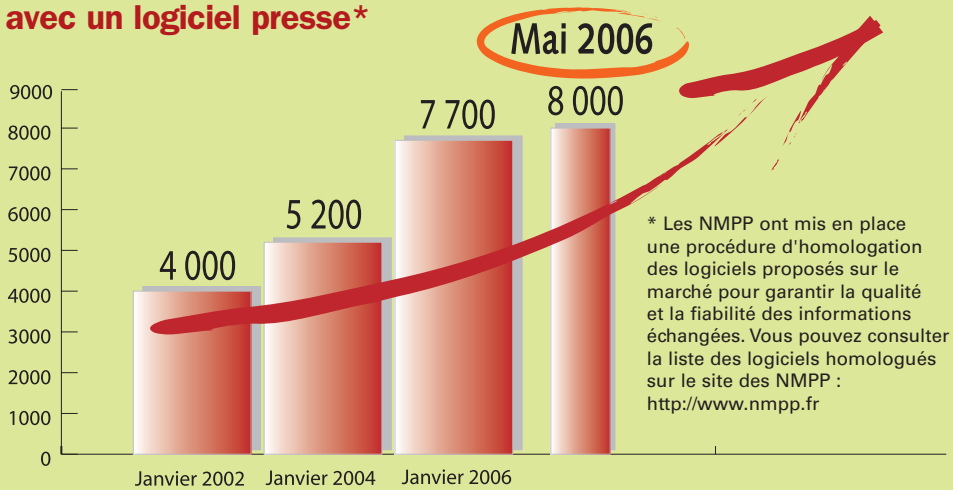
Il s'est aussi informatisé ce qui lui permet de gagner du temps et de rendre un meilleur service à ses clients dont il est très proche. *« Grâce à l'informatique, je peux donner satisfaction, en particulier pour de nombreuses réservations de produits. Certains clients ne passent qu'une fois par mois et je leur garde ce qui les intéresse »*. Il réalise ainsi de nombreuses ventes en multimédia et encyclopédies, ce qui le place premier, pour ces dernières, au classement du dépôt de Besançon.
Jean-François Dormoy ne manque aucune occasion d'aller de l'avant. C'est ainsi qu'il vient de rejoindre le réseau des Promotions Passion et il réfléchit à un projet de rénovation de la façade de son magasin pour le rendre encore plus attrayant.

OUTILS **INFORMATISATION**

Le cap des 8 000 est franchi !

S'informatiser, c'est travailler de manière plus confortable, plus rapide, plus fiable. C'est aussi gagner du temps pour mieux servir ses clients. Une très bonne nouvelle à partager : vous êtes de plus en plus nombreux à travailler de cette manière. En mai 2006, on comptait 8 000 diffuseurs équipés avec un logiciel presse. Quelques chiffres pour mesurer la tendance.

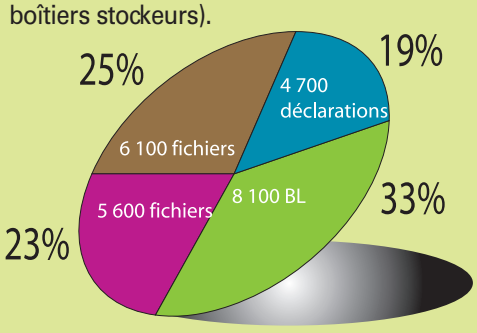
Nombre de diffuseurs informatisés avec un logiciel presse*



* Les NMPP ont mis en place une procédure d'homologation des logiciels proposés sur le marché pour garantir la qualité et la fiabilité des informations échangées. Vous pouvez consulter la liste des logiciels homologués sur le site des NMPP : http://www.nmpp.fr

24 500 fichiers échangés par jour*

La répartition ci-dessous des fichiers échangés chaque jour, en chiffres et en pourcentages, tient compte de tous les moyens informatiques utilisés par les diffuseurs (logiciels presse et boîtiers stockeurs).



- Déclaration invendus
- Bordereaux de livraisons
- Fichiers de vente
- Fichiers logistiques (réassorts, réclamations, oubliés)

Coupe du monde de football Allemagne 2006

Le Mondial du football constitue une superbe occasion pour mettre en avant la famille Sports. Quelques explications et conseils pour booster vos ventes à cette occasion.

La Coupe du monde, c'est en Allemagne, du 9 juin au 9 juillet 2006. La presse n'est pas en reste et elle se met au football. Des chroniqueurs de talent apportent leur contribution aux quotidiens, aux magazines, même ceux destinés aux enfants. Des éditeurs non spécialisés dans le football visent un lectorat ciblé en nouant des partenariats avec la presse football.

Une cible de plus en plus large

Des études de marché sur les titres de football ont permis d'identifier trois segments : titres leaders, titres généralistes et titres de supporters. D'une manière générale, toutes les couches de la population s'intéressent de plus en plus au sport, toutes disciplines confondues, et si les cadres lisent la presse professionnelle pendant la semaine, le week-end est réservé aux magazines de détente.

Soutenez les Bleus !

C'est donc le moment de capitaliser sur l'événement planétaire, sur l'euphorie des supporters, sur les efforts des éditeurs ! C'est le contact avec le public et vos efforts de mise en avant qui font toute la différence. Faites preuve d'imagination pour animer vos vitrines.

Vous prendrez bien une coupe ?

Le marché des titres de football à fin décembre 2005

- 41 titres dans la sous-famille, dont 15 hebdomadaires qui réalisent 84 % des ventes et 17 mensuels (12,8 % des ventes)
- 724 parutions en 2005
- 15,6 millions d'exemplaires et 30,5 millions d'euros annuels en cumul, (73.5% du volume de la presse Sports)
- un prix moyen de 1,95 €
- 5 nouveautés en 2005 dont 3 hebdomadaires, avec un prix moyen de 2.15 € (poids dans les ventes de la sous-famille en 2005 : moins de 1%)

Une sous-famille saisonnière et estivale, puisqu'en 2005, 35 % du volume des ventes étaient réalisées entre juin et août.

Cet été, misez sur les jeux !

Une nouvelle promotion clé en main vous est proposée pour bien démarrer la saison estivale, « Les jeux de l'été vous donnent bonne mine ! ». Elle se déroulera du 3 au 21 juillet 2006.

Des couleurs gaies et chaleureuses qui font penser au soleil et aux vacances habillent la forme d'un crayon à papier, complément indispensable aux magazines de jeux que vous allez mettre en avant.

La période est propice. Les jours sont longs et que l'on prenne le soleil à la plage, à la montagne, à la campagne ou chez soi, il y a toujours un moment pour se détendre et s'occuper avec des magazines de jeux. Avec les onze titres proposés, il y en aura pour tous les âges : les enfants, les parents et les grands-parents. Et pour tous les goûts... Jeux de lettres et de chiffres en tout genre, tests, quiz, énigmes, histoires drôles et pages informatives. Cet été, on va pouvoir s'amuser et se cultiver.

APERÇU

Convention Mag Presse à Malte

230 adhérents Mag Presse et l'équipe SEDDIF se sont réunis à Malte du 29 avril au 1er mai pour faire le point sur leur enseigne qui comptera cette année 1 000 magasins. Retour sur l'histoire mais également réflexion approfondie basée sur les valeurs fondamentales qui ont fait le succès de Mag Presse - « innovation, proximité, valorisation des hommes »- pour se projeter vers l'avenir et maintenir des évolutions de ventes en presse très supérieures à celles du marché national. Détente, culture et convivialité étaient aussi au rendez-vous, avec un rallye en 4 x 4 pour découvrir Malte et un dîner dans le cadre grandiose de l'Hôpital des Chevaliers de Malte. Une première convention très réussie qui a suscité de nombreuses félicitations spontanées de la part des adhérents.

« Un grand bravo à toute l'équipe SEDDIF pour sa gentillesse, sa disponibilité et ses compétences largement mises en exergue à Malte. »

Kaldia Morin, Mag Presse à Bouaye (Loire)

« Nous tenions à vous féliciter pour la remarquable organisation de cette convention. Nous sommes rentrés encore plus motivés et certains d'avoir fait le bon choix en étant adhérents à la SEDDIF. »

Eric et Marie-Louise Zillhardt,
Mag Presse à Bordeaux (Gironde)

EN EXCLUSIVITÉ !

VOTRE RÉMUNÉRATION

C'est fait !

Rémunération complémentaire
Second plan transitoire de qualification du réseau des diffuseurs de Presse
Préambule
Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a rendu, le 25 avril, un avis de conformité sur le Protocole du 16 mars. La date d'entrée en vigueur retenue est le 2 mai 2006.

Le PLAN TRANSITOIRE DE QUALIFICATION est enfin mis en œuvre, depuis le 2 mai 2006.

Un encart, dans ce numéro, pour tout savoir sur votre rémunération complémentaire.

NE MANQUEZ PAS DE CONSULTER AUSSI LE SITE INTERNET :

http://www.nmpp.fr

NMPP Actualités Réseau : 52, rue Jacques Hillairet • 75612 Paris Cedex 12
Directeur de la publication : Christian CARISEY • **Réalisation :** Studio Trampo'Ligne

Rémunération complémentaire

Second plan transitoire de qualification du réseau des diffuseurs de Presse

Préambule

En 1994, un plan relatif aux conditions de rémunération des diffuseurs a été arrêté à la suite des travaux menés, sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, par les représentants des pouvoirs publics, des sociétés de messageries, des dépositaires et des diffuseurs.

Ce premier plan a été matérialisé par la signature de deux protocoles en date des 30 septembre 1994 et 18 septembre 2001, ces protocoles étant relatifs à la revalorisation de la rémunération des diffuseurs de presse, fondée sur un principe de qualification.

A la suite du parachèvement du Premier Plan, un Second Plan, a été mis en place, dans le cadre de l'institution d'une rémunération liée à la performance et à la diversité de l'offre des points de vente. Ce Second Plan a fait l'objet de la conclusion de deux protocoles (NMPP et TP) entre les parties, signés le 30 juin 2005.

Le 14 septembre 2005, les Messageries Lyonnaises de Presse ont saisi le Conseil de la concurrence pour voir suspendre en mesure conservatoire l'application de ces deux protocoles du 30 juin 2005 ainsi que celle de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001.

Le Conseil de la concurrence a rendu sa décision le 23 février 2006 et a enjoint les sociétés NMPP et TRANSPORTS PRESSE de suspendre, à titre conservatoire, l'application des protocoles interprofessionnels qu'elles ont signés avec l'UNDP et le SNDP le 30 juin 2005 ainsi que l'application de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001 signé également le 30 juin 2005, et ce, au motif que les diffuseurs seraient incités à promouvoir la vente des titres NMPP et TP au détriment des titres MLP.

Cependant, devant l'urgence de la situation liée aux difficultés des diffuseurs de presse et la nécessité de revaloriser leur rémunération, les NMPP et TRANSPORTS PRESSE ont décide de mettre en place un plan provisoire de rémunération complémentaire, susceptible d'être mis en œuvre rapidement et ne tombant pas sous le coup des injonctions prononcées par le Conseil de la concurrence.

Ce plan provisoire, objet du présent protocole, signé le 16 mars 2006, aura vocation à s'appliquer jusqu'à ce qu'un protocole permanent permettant d'atteindre les objectifs des protocoles du 30 juin 2005 et exempt de tout risque juridique, puisse être conclu.

Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a rendu, le 25 avril, un avis de conformité sur le Protocole du 16 mars. La date d'entrée en vigueur retenue est le 2 mai 2006.

Votre dépositaire dispose de tous les éléments et documents pour vous renseigner et répondre ainsi à vos questions

Vous informer

Rémunération complémentaire
Second plan transitoire de qualification du réseau des diffuseurs de Presse

Madame, Monsieur,
cher Diffuseur de Presse

Nous avons le plaisir de vous adresser les documents déclaratifs qui vont vous permettre de bénéficier de la rémunération complémentaire aux diffuseurs spécialistes de presse.

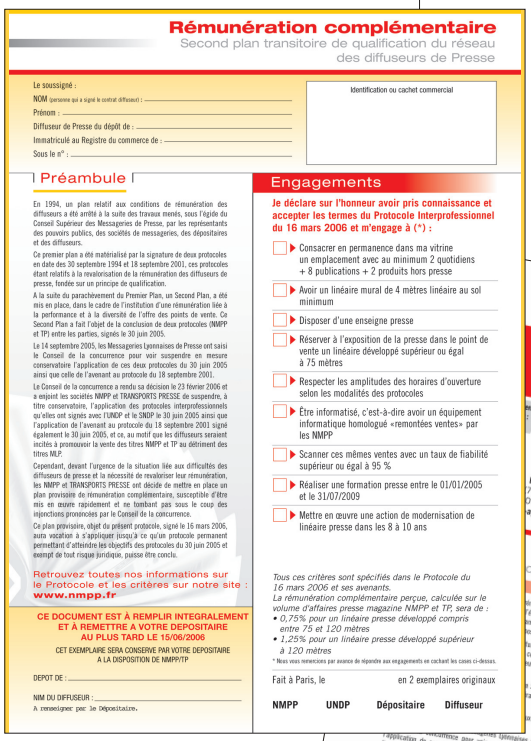
Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a rendu un avis de conformité sur cette convention le 26 avril 2006, elle peut entrer en vigueur à compter du 2 mai 2006.

Dès aujourd'hui votre dépositaire pourra répondre à toutes vos questions et vous indiquer toutes les modalités pour bénéficier de ce complément de rémunération. Notre site www.nmpp.fr est également à votre disposition.

Nous vous demandons de bien vouloir signer les engagements soumis au Protocole Interprofessionnel du 16 mars 2006 après avoir pris connaissance du texte du Protocole et de ses Avenants. Ces documents sont à retourner à votre dépositaire avant le 15 juin 2006.

Nous vous rappelons que tous les critères doivent être respectés afin de prétendre à ce complément de rémunération, nous vous remercions de tenir à disposition de votre dépositaire les documents justifiant ces critères.

Votre document déclaratif


Rémunération complémentaire
Second plan transitoire de qualification du réseau des diffuseurs de Presse

Le soussigné :
NOM (personne qui a signé le contrat diffuseur) :
Prénom :
Diffuseur de Presse du dépôt de :
Immatriculé au Registre du commerce de :
Sous le n° :

Identification ou cachet commercial

Préambule

En 1994, un plan relatif aux conditions de rémunération des diffuseurs a été arrêté à la suite des travaux menés, sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, par les représentants des pouvoirs publics, des sociétés de messageries, des dépositaires et des diffuseurs.

Ce premier plan a été matérialisé par la signature de deux protocoles en date des 30 septembre 1994 et 18 septembre 2001, ces protocoles étant relatifs à la revalorisation de la rémunération des diffuseurs de presse, fondée sur un principe de qualification.

A la suite du parachèvement du Premier Plan, un Second Plan, a été mis en place, dans le cadre de l'institution d'une rémunération liée à la performance et à la diversité de l'offre des points de vente. Ce Second Plan a fait l'objet de la conclusion de deux protocoles (NMPP et TP) entre les parties, signés le 30 juin 2005.

Le 14 septembre 2005, les Messageries Lyonnaises de Presse ont saisi le Conseil de la concurrence pour voir suspendre en mesure conservatoire l'application de ces deux protocoles du 30 juin 2005 ainsi que celle de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001.

Le Conseil de la concurrence a rendu sa décision le 23 février 2006 et a enjoint les sociétés NMPP et TRANSPORTS PRESSE de suspendre, à titre conservatoire, l'application des protocoles interprofessionnels qu'elles ont signés avec l'UNDP et le SNDP le 30 juin 2005 ainsi que l'application de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001 signé également le 30 juin 2005, et ce, au motif que les diffuseurs seraient incités à promouvoir la vente des titres NMPP et TP au détriment des titres MLP.

Cependant, devant l'urgence de la situation liée aux difficultés des diffuseurs de presse et la nécessité de revaloriser leur rémunération, les NMPP et TRANSPORTS PRESSE ont décide de mettre en place un plan provisoire de rémunération complémentaire, susceptible d'être mis en œuvre rapidement et ne tombant pas sous le coup des injonctions prononcées par le Conseil de la concurrence.

Ce plan provisoire, objet du présent protocole, aura vocation à s'appliquer jusqu'à ce qu'un protocole permanent permettant d'atteindre les objectifs des protocoles du 30 juin 2005 et exempt de tout risque juridique, puisse être conclu.

Retrouvez toutes nos informations sur le Protocole et les critères sur notre site : www.nmpp.fr

CE DOCUMENT EST À REMPLIR INTEGRALEMENT ET À REMETTRE À VOTRE DEPOSITAIRE AU PLUS TARD LE 15/06/2006

CET EXEMPLAIRE SERA CONSERVE PAR VOTRE DEPOSITAIRE A LA DISPOSITION DE NMPP/TP

DEPOT DE :
NIM DU DIFFUSEUR :
A renseigner par le Dépositaire.

Engagements

Je déclare sur l'honneur avoir pris connaissance et accepter les termes du Protocole Interprofessionnel du 16 mars 2006 et m'engage à (*) :

- Consacrer en permanence dans ma vitrine un emplacement avec au minimum 2 quotidiens + 8 publications + 2 produits hors presse
- Avoir un linéaire mural de 4 mètres linéaire au sol minimum
- Disposer d'une enseigne presse
- Réserver à l'exposition de la presse dans le point de vente un linéaire développé supérieur ou égal à 75 mètres
- Respecter les amplitudes des horaires d'ouverture selon les modalités des protocoles
- Être informatisé, c'est-à-dire avoir un équipement informatique homologué «remontées ventes» par les NMPP
- Scanner ces mêmes ventes avec un taux de fiabilité supérieur ou égal à 95 %
- Réaliser une formation presse entre le 01/01/2005 et le 31/07/2009
- Mettre en œuvre une action de modernisation de linéaire presse dans les 8 à 10 ans

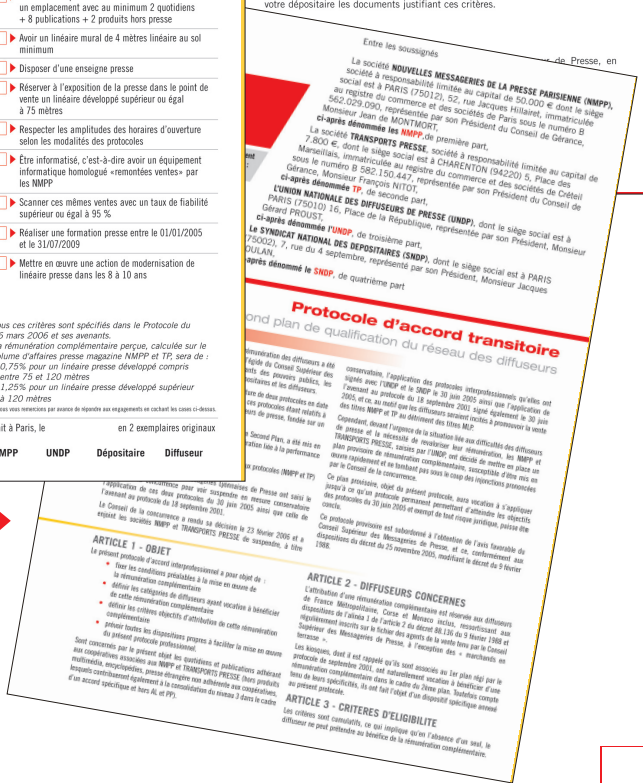
Tous ces critères sont spécifiés dans le Protocole du 16 mars 2006 et ses avenants.
La rémunération complémentaire perçue, calculée sur le volume d'affaires presse magazine NMPP et TP, sera de :
- *0,75% pour un linéaire presse développé compris entre 75 et 120 mètres*
- *1,25% pour un linéaire presse développé supérieur à 120 mètres*

(*) Nous vous remercions par avance de répondre aux engagements en cochant les cases ci-dessus.

Fait à Paris, le en 2 exemplaires originaux

NMPP UNDP Dépositaire Diffuseur

Tous les textes des protocoles


Protocole d'accord transitoire
Second plan de qualification du réseau des diffuseurs

Entre les soussignés

La société NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE (NMPP), société à responsabilité limitée au capital de 50.000 € dont le siège social est à PARIS (75012), 52, rue Jacques Hillairet, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro B 562.029.090, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Jean de MONTMORT,
ci-après dénommée les NMPP, de première part,

La société TRANSPORTS PRESSE, société à responsabilité limitée au capital de 7.800 €, dont le siège social est à CHARENTON (94220) 5, Place des Marseillais, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Créteil sous le numéro B 582.150.447, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur François NITOT,
ci-après dénommée TP, de seconde part,

L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE (UNDP), dont le siège social est à PARIS (75010) 16, Place de la République, représentée par son Président, Monsieur Gérard PROUST,
ci-après dénommée l'UNDP, de troisième part,

Le SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES (SNDP), dont le siège social est à PARIS (75002), 7, rue du 4 septembre, représenté par son Président, Monsieur Jacques DOULAN,
ci-après dénommé le SNDP, de quatrième part

ARTICLE 1 - OBJET

ARTICLE 2 - DIFFUSEURS CONCERNES

ARTICLE 3 - CRITERES D'ELIGIBILITE

Si vous êtes intéressé par ces nouvelles modalités, merci de transmettre vos documents à votre dépositaire avant le 15 juin 2006.

Rémunération complémentaire

Des précisions sur les modalités pratiques pour bénéficier de la rémunération complémentaire

1 Des engagements

Vous bénéficiez ou vous êtes éligible au premier plan de qualification, si vous :

- Consacrez en permanence dans ma vitrine un emplacement avec au minimum 2 quotidiens + 8 publications + 2 produits hors presse
- Avez un linéaire mural de 4 mètres linéaire au sol minimum
- Disposez d'une enseigne presse
- Respectez les amplitudes des horaires d'ouverture selon les modalités des protocoles

Vous pouvez bénéficiez du second plan transitoire de qualification, si vous :

- Réservez à l'exposition de la presse dans le point de vente un linéaire développé supérieur ou égal à 75 mètres
- Etes informatisé, c'est-à-dire avoir un équipement informatique homologué «remontées ventes» par les NMPP
- Scannez ces mêmes ventes avec un taux de fiabilité supérieur ou égal à 95 %
- Réalisez une formation presse entre le 01/01/2005 et le 31/07/2009
- Mettez en œuvre une action de modernisation de linéaire presse dans les 8 à 10 ans

2 Une meilleure rémunération

La rémunération complémentaire perçue, calculée sur le volume d'affaires presse magazine NMPP et TP, sera de :

- 0,75% pour un linéaire presse développé compris entre 75 et 120 mètres
- 1,25% pour un linéaire presse développé supérieur à 120 mètres

3 Un premier chèque dès fin août

Sur la base des volumes d'affaires des mois de mai et juin 2006,un second chèque au mois de mars 2007 au titre de votre volume d'affaires presse du second semestre 2006.

4 Vous souhaitez des précisions

Contactez votre dépositaire er retrouvez toutes nos informations sur le Protocole et les critères sur notre site :

www.nmpp.fr

5 IMPORTANT

Tous les documents déclaratifs sont à transmettre à votre dépositaire avant le 15 juin !

TRANSPORTS PRESSE

NMPP PRESSE SERVICES